

## BOP(Base Of the Pyramid) ビジネス

2011年10月21日

水口貴恵

1. はじめに
2. BOP ビジネスとは
3. 背景
4. 日本企業の課題
5. 成功事例
6. 政府の支援
7. 今後の課題
8. おわりに

### 1. はじめに

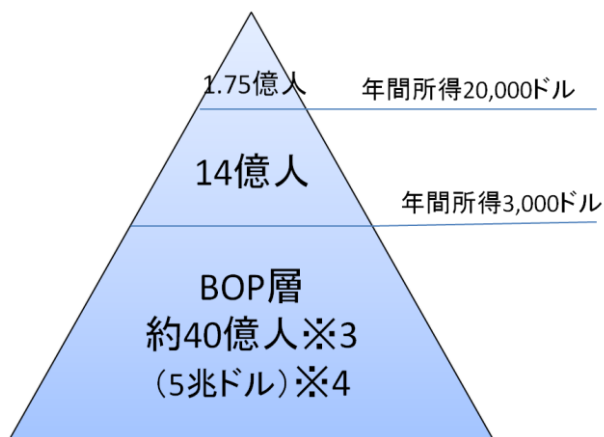
私は元々、グラミン銀行の創設者であるムハマド・ユヌス氏が提唱した「ソーシャルビジネス」に関心があったが、今回、その延長線上として注目されている BOP ビジネスを取り上げた。私は、ソーシャルビジネスと BOP ビジネスの違いは、より企業が積極的に関与している点であると考えている。企業の関与が強いため、BOP ビジネスは様々な定義付けをされ、時に誤解を招くことが多いようだが、今回は経済産業省が定義した定義を基に、BOP ビジネスについて考えていきたい。

### 2. BOP ビジネスとは

ここでは、主として、途上国における BOP 層 (Base of the Economic Pyramid 層※1) を対象 (消費者、生産者、販売者のいずれか、またはその組み合わせ) とした 持続可能なビジネス であり、現地における様々な 社会的課題 (水、生活必需品・サービスの提供、貧困削減等) の 解決に資することが期待される、新たなビジネスモデルとして扱う。

※1 一人当たり年間所得が 2002 年購買力平価で 3000 ドル以下の階層であり、全世界人口の約 7 割である約 40 億人が属するとされる。

※2 具体的な定義、支援範囲については、個別の支援制度等において検討されていくべきもの。



※発表者作成

※3 世界人口の約 72%

※4 日本の実質国内総生産に相当

○他と比較した BOP ビジネス

	純民間企業	BOPビジネス	慈善事業	ODA
メインアクター	民	民+官	民	官
BOP層の生活向上	△	○	○	○
収益性	◎	○	×	△
サステナビリティ	○	○	△	○

(出典)経済産業省 平成21年8月 BOPビジネスの現状とこれまでの取り組み

### 3. 背景

[中所得層]→市場が都市に集中し、ある程度供給が満たされた競争の激しい市場。

[BOP層]→市場の多くが農村に存在し、相対的に非効率な競争が少ない市場。

→インフラなどの市場規模の大きいニーズが満たされていない

→インフォーマルセクターへの依存、あるいは自給自足の生活が多い

→BOPペナルティの存在 (図A)

図A BOPペナルティ			
項目	ダラビ(BOP層)	ウォーデン・ロード (上中所得層)	貧困層の割増しコスト
貸付(1年間の利息)	600~1000%	12~18%	53倍
水道料金(1m <sup>3</sup> )	1.12ドル	0.03ドル	37倍
電話料金(1分)	0.04~0.05ドル	0.025ドル	1.8倍
下痢止め薬	20ドル	2ドル	10倍
米(1kg)	0.28ドル	0.24ドル	1.2倍

(出典)高山「企業収益の確保と社会課題の解決」

#### 4. 日本企業の課題

(1) コストと不確実性

→ゆえに NPO や開発援助機関との連携の期待

(2) 本業と CSR 活動とを区別している

→副次的なものとして捉えられ、実現化しにくい

(3) NGO と企業の連携の弱さ

(4) イノベーションのジレンマ

・かつて…

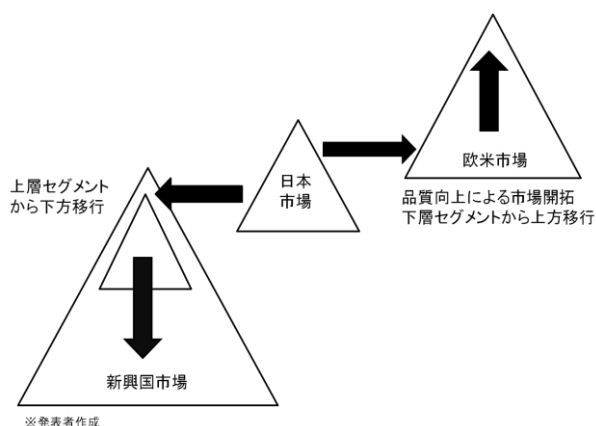
→コストを上げないようにしつつ、品質の向上に努める

⇒欧米の市場向け

・いま…

→技術や能力に不足はないが、ビジネスモデルや、マーケティングを通じて顧客の価値に転換していく活動が不足している

⇒中国などの新興国向け



#### 5. 成功事例

・衛生商品（ユニリーバ）

→洗剤、シャンプー等を少量の小袋にして安価で提供（1袋1～4円）。

→トレーニング、組織化された現地農村女性が製品を戸別販売。女性自立に貢献。

→現地政府、ユニセフ、NGO 等も支援。

・オリセットネット（住友化学株式会社）

→マラリア予防用に殺虫剤を練り込んだ糸使用の蚊帳「オリセットネット」を開発。

国際機関の支援により、50以上の国々に供給。

→タンザニアで生産。約7000人の雇用創出に成功。

#### 6. 政府の支援

【国連】

・UNDP（国連開発計画）

→「情報」「資金」「現地のパートナーシップ」を提供し、ブローカーとして民間企業と途上国のパートナーを結び付ける役割を担う。

## 【日本】

### ・BOP ビジネス支援センター

(事業内容)

- ポータルサイトによる一元的情報提供
- マッチング（関係者間の情報交換・連携促進）支援
- 相談窓口

## 7. 今後の課題

- (1) 多様な組織（企業、NGO、起業家、現地の人間、国際機関など）をコーディネートする人材の確保と育成
- (2) 小さな成功事例を積み上げる。

## 8. おわりに

BOP ビジネスを主に日本の観点からみてきた。日本はまだ BOP ビジネスの事例が少ないが、今後企業のグローバル化が加速するにつれて注目は高まると考えられる。一方で、今後、国内外問わず求められる人材の特質もみえ、将来海外で働くことを視野に入れている人間としては1つの発見となった。

### ○参考文献

国連開発計画(UNDP)編,吉田秀美『世界とつながるビジネス：BOP 市場を開拓する

5つの方法』英治出版(2010)

小林慎和『BOP 超巨大市場をどう攻略するか』日本経済新聞出版社(2011)

佐藤寛『アフリカ BOP ビジネス：市場の実態を見る』ジェトロ(2010)

新宅純二郎『新興国市場開拓に向けた日本企業の課題と戦略』(2009)

[https://www.jbic.go.jp/ja/investment/research/report/2009-002/journal\\_200908\\_shintaku.pdf](https://www.jbic.go.jp/ja/investment/research/report/2009-002/journal_200908_shintaku.pdf)

野村総合研究所『BOP ビジネス戦略 新興国・途上国市場で何が起きているか』

東洋経済新報社(2010)

経済産業省ホームページ <http://www.meti.go.jp/index.html>